



**PERTIMBANGAN KONSUMEN DALAM
PEMBELIAN SALAD BUAH DI WILAYAH
KABUPATEN BONDOWOSO
(STUDI PADA “KEEAVA” SALAD JEMBER)**

THE CONSUMENT CONSIDERATION OF THE FRUIT SALAD BUYING IN
THE TERRITORY OF BONDOWOSO REGION
(STUDY ON “KEEAVA” SALAD JEMBER)

SKRIPSI

Oleh:

Firman Eka Prayoga
NIM. 090810201065

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**



**PERTIMBANGAN KONSUMEN DALAM
PEMBELIAN SALAD BUAH DI WILAYAH
KABUPATEN BONDOWOSO
(STUDI PADA “KEEAVA” SALAD JEMBER)**

THE CONSUMENT CONSIDERATION OF THE FRUIT SALAD BUYING IN
THE TERRITORY OF BONDOWOSO REGION
(STUDY ON “KEEAVA” SALAD JEMBER)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh:

Firman Eka Prayoga
NIM. 090810201065

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**

SURAT PERNYATAAN

Nama : Firman Eka Prayoga
NIM : 090810201065
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pertimbangan Konsumen Dalam Pembelian Salad Buah Di Wilayah Kabupaten Bondowoso (Studi Pada “Keeava” Salad Jember)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 5 Februari 2014
Yang menyatakan

Firman Eka Prayoga
NIM: 090810201065

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER-FAKULTAS EKONOMI

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PERTIMBANGAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
SALAD BUAH DI WILAYAH KABUPATEN
BONDOWOSO (STUDI PADA “KEEAVA” SALAD
JEMBER)

Nama : Firman Eka Prayoga

NIM : 090810201065

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 13 Februari 2014

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Deasy Wulandari, SE,M.Si
NIP. 197309082000032001

Dr. Novi Puspitasari, SE., MM.
NIP.198012062005012001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, M.Si
NIP. 196208021990021001

PENGESAHAN

PERTIMBANGAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SALAD BUAH DI WILAYAH KABUPATEN BONDOWOSO (STUDI PADA “KEEAVA” SALAD JEMBER)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh ;

Nama : Firman Eka Prayoga

NIM : 090810201065

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal ;

13 Februari 2014

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

1. Ketua : Drs. H. Abdul Halim., M.Si (.....)
NIP. 195012211978011001
2. Sekretaris : Dr. Deasy Wulandari, SE,M.Si (.....)
NIP. 197309082000032001
3. Anggota : Dr. Novi Puspitasari, SE., MM. (.....)
NIP.198012062005012001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Dr. Moehammad Fathorrazi., M.Si.
NIP. 19630614 199002 1 001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku yakni Bapak Suswo (Alm.) dan Ibu Arimi
2. Adik-adikku tercinta
3. Sahabat-sahabat setiaku yang sangat luar biasa
4. Almamater yang kubanggakan yakni Fakultas Ekonomi Universitas Jember

MOTTO

“Berfokuslah dengan tekun pada hasil akhir yang Anda inginkan, maka Anda akan terpesona dengan hasil yang dapat Anda raih.”

(Rudy Lim)

“*Man Jadda Wa Jadda*, siapa yang bersungguh-sungguh dia yang berhasil.”

(A Fuadi)

“Orang sukses punya semangat seganas gelombang lautan & tekad sekeras baja. Sebelum sukses tidak akan mundur.”

(Andri Wongso)

“Berjalanlah terus dan jangan pernah berhenti.”

(Ir Soekarno)

“Melakukan hal-hal yang di luar batas pemikiran kebanyakan orang itu adalah sebuah kreatifitas asalkan tetap setia pada batas-batas kebaikan.”

(Firman Eka Prayoga)

RINGKASAN

“Pertimbangan Konsumen Dalam Pembelian Salad Buah Di Wilayah Kabupaten Bondowoso (Studi Pada “Keeava” Salad Jember)” Firman Eka Prayoga; 090810201065;2014; 128 halaman; jurusan manajemen fakultas ekonomi universitas jember.

Perkembangan dunia usaha di berbagai bidang semakin berkembang pesat sehingga berpengaruh terhadap setiap perusahaan. Pasar penjualan makanan cepat saji menjadi bisnis yang digemari oleh sebagian besar masyarakat dikarenakan prospek bisnis dan perolehan keuntungan yang menjanjikan. Prospek bisnis dan prospek perolehan keuntungan yang menjanjikan tentunya diikuti dengan banyaknya masyarakat yang berlomba-lomba untuk berbisnis dibidang penjualan makanan cepat saji baik di kota besar maupun di kota kecil seperti Kabupaten Jember. Salah satu makanan cepat saji yang kini sedang digemari masyarakat Kabupaten Jember dan sekitarnya yakni salad buah. Banyak produsen salad buah di Kabupaten Jember berlomba-lomba untuk meraih pangsa pasar penjualan salad buah dengan menawarkan produknya yang dikemas dengan subyektifitas masing-masing perusahaan. Oleh karena itu dirasa perlu meneliti mengenai pertimbangan yang dihadapi oleh konsumen sebelum melakukan pembelian salad buah supaya informasi ini dapat berguna bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan strategi pemasaran yang nantinya berguna untuk memenangkan persaingan pasar. Keeava Salad Jember sebagai salah satu produsen salad buah yang ada di Kabupaten Jember merupakan perusahaan yang berkembang pesat dan kini ingin memperluas jangkauan pemasarannya hingga ke beberapa kabupaten di sekitarnya yang meliputi: Kabupaten Bondowoso, Kabupaten Lumajang, Kabupaten Banyuwangi dan Kabupaten Situbondo. Dalam hal penjualan produknya terdapat kejanggalan berupa tingkat daya beli masyarakat Kabupaten Bondowoso yang tidak setinggi kabupaten lainnya. Kejanggalan ini yang membuat Keeava Salad Jember ingin mengetahui lebih dalam mengenai penyebabnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengkaji lebih dalam mengenai hal-hal yang menjadi pertimbangan bagi konsumen salad buah di wilayah Kabupaten Bondowoso sebelum melakukan pembelian salad buah pada Keeava Salad Jember yang kemudian akan dianalisis mengenai alternatif strategi pemasaran yang dapat diambil oleh perusahaan. Informan yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 17 informan yang berusia diatas 17 tahun, berada di wilayah Kabupaten Bondowoso dan pernah membeli salad buah pada Keeava Salad Jember sebanyak minimal dua kali pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif positifis (*Positivist Qualitative research*) Metode analisis data yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) dan penarikan kesimpulan yang bersifat sementara (*conclusion drawing/ferification*). Penelitian ini memperoleh hasil dan kesimpulan bahwa terdapat beberapa alternatif strategi pemasaran berdasarkan pertimbangan konsumen yang dapat diambil oleh perusahaan. Alternatif strategi pemasaran tersebut meliputi: membuat produk yang lebih berkualitas, lebih diminati konsumen dan membuat diversifikasi harga untuk dapat meraih seluruh segmentasi pasar dan merebut pangsa pasar salad buah yang ada di Kabupaten Bondowoso, merancang produk yang lebih mengena manfaatnya dan selalu membuat konsumen penasaran ingin membeli, memperbanyak armada penjualan, memperkuat komunikasi dan kordinasi antar karyawan dan pemilik perusahaan atau merombak manajemen perusahaan dengan memilih orang-orang sesuai bidang manajemen, memilih dan mendelegasikan armada penjualan berdasarkan pertimbangan konsumen yang berbeda-beda, gencar dalam mempromosikan produk dan berinovasi, membuka cabang penjualan disetiap kota, membuat produk yang lebih tahan terhadap cuaca yang tidak menentu/membuat produk sesuai dengan cuaca, diversifikasi produk, memunculkan *image* perusahaan agar timbul orientasi positif konsumen dan agar menimbulkan motivasi prapembelian konsumen, melakukan penelitian terhadap selera konsumen, memaksimalkan promosi, inovasi produk dan layanan penjual pada pelanggan perusahaan.

SUMMARY

“The consument consideration of the friut salad buying in the territory of Bondowoso region (Study on “Keeava” Salad Jember)” Firman Eka Prayoga; 090810201065;2014; 128 pages; management faculty of economy Jember University.

Bussiness world development in any sectors are highly increasing so it is affected to every single company. Fast food selling market has become the most favorite bussiness by the major of society because of its profitable benefit. The profitable bussiness and benefit prospect of course followed by many society who starts a fast food bussiness at big or small city like Jember. Recently, one of the most favorite fast food which highly loved by the society is fruit salad. There are a lot of fruit salad producent who compete to offer its product which is packed by its own subjectivity. Because of that, it is need to do some research on consument consideration before they buy the product in order to get the useful information for the company in order to taking the decision of marketing strategy which later on can be use to win the market competition. Keeava salad as one of the salad producer in Jember is highly developed company and want to expand their marketing range to some regions like Bondowoso, Lumajang, Banyuwangi, and Situbondo. There is a problem in selling its product, it is the stable of the society of Bondowoso which is not as high as the other region. This problem that makes Keeava salad want to know further about the cause.

The purpose of this research is to know and analyse deeper about the the problem that become the cosideration of fruit salad consument in Bondowoso region before buying the product that later on can be analysed about secondary marketing strategy which is taken by the company. The amount of informer are 17 informers aged above 17 years old, located in Bondowoso region and at least have been buy keeava salad twice. This research is included to Positivist Qualitative research. The method is data reduction, data display, and conclusion drawing/verification. This research get result and conclusion that there are some

secondary marketing strategy based on the consumer consideration that taken by the company. It is included: making better quality product, more loved by the consumer and making price diversification to get all market segmentation and grab salad market in all Bondowoso region, designing more useful product and keep the consumer curious to buy, doubled the seller, strengthen the communication and coordination between employee and employer or reshuffle the management of the company with the proper person, choosing and delegating the seller based on the different consideration, highly promoting product and making new innovation, opening selling branch in every city, making product more bearable to the weather, product diversification, creating company image so can arise consumer positive orientation and creating consumer pre-buying motivation, doing some research to the taste of consumer, maximize promotion, product innovation, and service to the consumer.

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran ALLAH SWT, karena atas segala rahmat, hidayah dan karuniaNya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pertimbangan Konsumen Dalam Pembelian Salad Buah Di Wilayah Kabupaten Bondowoso (Studi Pada “Keeava” Salad Jember)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan ini masih sangat banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan dari pada kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan ALLAH SWT serta dorongan semangat dari semua pihak, akhirnya penulisan Skripsi ini mampu terselesaikan dengan baik. Dalam penyusunan Skripsi tidak lepas dari bantuan pihak-pihak lain, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Bapak Dr. Moehammad Fathorrazi, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- b. Dr. Handriyono, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- c. Dr. Deasy Wulandari, SE.,M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan dorongan semangat, motivasi, bimbingan, pengarahan, saran yang bermanfaat, serta telah meluangkan waktu sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan.
- d. Dr. Novi Puspitasari, SE.,MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran yang bermanfaat serta telah meluangkan waktu sehingga skripsi ini mampu terselesaikan.
- e. Kedua orang tuaku Bapak Suswo (Alm.) dan Ibu Arimi, yang telah memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan serta do’a selama ini.

- f. Adik-adikku tercinta yakni Dwi Wahyu Prayogi dan Adelia Putri Siswanti. Terima kasih atas dukungan, do'a, perhatian dan bantuannya yang telah diberikan untuk penulis selama ini.
- g. Pemilik dan seluruh karyawan Keeava Salad Jember. Terima kasih telah memberikan bantuan informasi, do'a, dan semangat kepada penulis.
- h. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- i. Seluruh teman-temanku Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember angkatan 2009, terutama kepada sahabat-sahabat terdekatku.
- j. Seluruh keluarga besar UKMF SENI DAN BUDAYA KURUSETRA FE UNEJ sebagai rumah keduku. Terima kasih atas ilmu, pengalaman, wawasan, dan persahabatan serta rasa kekeluargaan yang telah diberikan, serta keluarga besar Gudang Seni Teater Kaleng Jember, Salam satu saudara, satu cinta, selamanya.
- k. Seluruh pihak yang telah banyak membantu memberikan bantuan dan dorongan semangat yang tidak dapat disebut satu persatu. Terima kasih sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga ALLAH SWT selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan Skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, 24 Januari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	x
PRAKATA	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Tujuan Penelitian	5
1.4.2 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7

2.1.1 Perilaku Konsumen	7
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	15
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Konseptual	20
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Rancangan Penelitian	22
3.2 Informan/Objek Penelitian	22
3.3 Metode Pengumpulan Data	23
3.4 Peran Peneliti	24
3.5 Isu-Isu Etika	24
3.6 Metode Analisis Data.....	25
3.7 Kerangka Pemecahan Masalah	29
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Hasil Penelitian	32
4.1.1 Gambaran Umum Kabupaten Bondowoso.....	32
4.1.2 Gambaran Umum Keeava Salad Jember.....	33
4.2 Hasil Analisis Data.....	36
4.3 Pembahasan.....	54
4.3.1 Pertimbangan Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen Terhadap Keeava Salad Jember Wilayah Kabupaten Bondowoso.....	54
4.3.2 Alternatif Strategi Pemasaran Yang Dapat Diambil Perusahaan	57
4.4 Keterbatasan Penelitian	60
BAB.5 KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN-LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penyajian rangkuman penelitian sebelumnya	19
Tabel 4.1 Daftar informan konsumen Keeava Salad Jember wilayah Kabupaten Bondowoso berdasarkan jenis pekerjaan dan pendapatan perbulan	37
Tabel 4.2 Daftar informan konsumen Keeava Salad Jember wilayah Kabupaten Bondowoso berdasarkan usia dan wilayah tempat tinggal.....	37
Tabel 4.3 Distribusi frekuensi informan konsumen Keeava Salad Jember wilayah Kabupaten Bondowoso berdasarkan jumlah pembelian pada Keeava Salad Jember	38
Tabel 4.4 Distribusi frekuensi informan yang mempertimbangkan segi produk dalam pembelian salad buah pada Keeava Salad Jember	39
Tabel 4.5 Distribusi frekuensi sebab/alasan khusus pertimbangan segi produk dalam pembelian salad buah pada Keeava Salad Jember	39
Tabel 4.6 Distribusi frekuensi informan yang mempertimbangkan segi harga dalam pembelian salad buah pada Keeava Salad Jember	41
Tabel 4.7 Distribusi frekuensi sebab/alasan khusus pertimbangan segi harga dalam pembelian salad buah Pada Keeava Salad Jember	42
Tabel 4.8 Distribusi frekuensi informan yang mempertimbangkan segi lokasi/ <i>outlet</i> penjualan dalam pembelian salad buah pada Keeava Salad Jember	43
Tabel 4.9 Distribusi frekuensi sebab/alasan khusus pertimbangan segi lokasi/ <i>outlet</i> penjualan dalam pembelian salad buah	

pada Keeava Salad Jember	44
Tabel 4.10 Distribusi frekuensi informan yang mempertimbangkan segi promosi penjualan dalam pembelian salad buah pada Keeava Salad Jember	45
Tabel 4.11 Distribusi frekuensi sebab/alasan khusus pertimbangan segi promosi penjualan dalam pembelian salad buah pada Keeava Salad Jember	46
Tabel 4.12 Distribusi frekuensi informan yang mempertimbangkan segi inovasi produk dalam pembelian salad buah pada Keeava Salad Jember	48
Tabel 4.13 Distribusi frekuensi sebab/alasan khusus pertimbangan segi inovasi produk dalam pembelian salad buah pada Keeava Salad Jember	48
Tabel 4.14 Distribusi frekuensi informan yang mengetahui adanya produk yang mirip dengan produk salad buah dari Keeava Salad Jember	50
Tabel 4.15 Distribusi frekuensi gaya hidup informan berdasarkan kategori dalam perilaku pembelian	51
Tabel 4.16 Distribusi frekuensi pengaruh gaya hidup terhadap pembelian salad buah pada Keeava Salad Jember	51
Tabel 4.17 Dasar pertimbangan internal konsumen terhadap pembelian salad buah pada Keeava Salad Jember	52
Tabel 4.18 Pertimbangan lain yang disampaikan konsumen dalam pembelian salad buah pada Keeava Salad Jember	52
Tabel 4.19 Peringkat pertimbangan konsumen dalam pembelian salad buah pada Keeava Salad Jember wilayah Kabupaten Bondowoso	57
Tabel 4.20. Matriks SWOT	58
Tabel 4.21. Matriks SWOT berdasarkan pertimbangan konsumen Keeava Salad Jember wilayah Kabupaten Bondowoso	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Model lima tahap pembelian	15
2.2 Kerangka konseptual	20
3.1 Kerangka pemecahan masalah	29

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A. Daftar pertanyaan kepada pemilik perusahaan	69
Lampiran B. Hasil wawancara dengan pemilik perusahaan	70
Lampiran C. Daftar pertanyaan kepada informan penelitian	74
Lampiran D. Hasil wawancara dengan informan penelitian	80
Lampiran E. Dokumentasi hasil penelitian	126